

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ Й ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА
ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра англійської філології та світової літератури
імені професора Олега Мішукова

Кваліфікаційна робота (проєкт)

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЗМІВ У
СУЧАСНОМУ НІМЕЦЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

Виконала: студентка 2М курсу
08-202М групи, заочної форми
спеціальності 035 Філологія, 035.041
германські мови та літератури
(переклад включно), перша - англійська
Базиченко Вікторія Вікторівна
Керівник: к.пед.н., доц. Гоштанар І.В.
Рецензент: д.філол.н., проф. Белєхова Л. І

Івано-Франківськ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади вивчення запозичень у німецькій мові	7
1.1. Сучасні погляди та трактування поняття «англізм».....	7
1.2. Функціонування англомовних запозичень у сучасній німецькій мові.....	12
РОЗДІЛ 2. Аналіз використання англійзмів у сучасному німецькому медіапросторі (на матеріалі німецького видання «Der Spiegel»)	15
2.1. Особливості німецькомовного медійного дискурсу.....	15
2.2. Лексично-тематична характеристика англійзмів та їх функціональний аспект	22
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	43

Відомо ,що у сучасному світі існують багато мов , але є одна особлива - та, яка стала мовою світового значення, яка належить до офіційних мов Організації Об'єднаних Націй і знати яку тепер необхідно - це, звичайно ж, англійська мова. У сучасному міжнародному просторі англійська мова стала важливим фактором для спілкування, освіти, кар'єрного росту кожної людини та удосконалення культурного світогляду. Це міжнародня мова, яка поєднує людей з різних країн та допомагає їм впоратися з викликами сучасного світу. Англійська мова стає не тільки засобом комунікації, а й дедалі частіше частиною інших мов. Англомовні слова - запозичення ,які увійшли і в німецьку мову. Немає, напевно, тепер жодної галузі, в якій би не було жодного англізму.

У зв'язку з цим, кваліфікаційна робота присвячена англізмам - запозиченням як частині німецького медійного дискурсу, частоті їхнього використання, ставленню носіїв мови до слів іноземного походження, а також аналізу англізмів у німецькому медійному дискурсі, на прикладі статей, розміщених на сайтах німецькомовних інтернет-видань, а саме журналу «Der Spiegel» за 2023рік.

Актуальність роботи. Незважаючи на те, що проблемами англізмів, їх системним аналізом займалися багато науковців, як українських І. Д. Фаріон, А.М. Кривий, І.С . Шевченко, О. Б. Ткаченко, О.П. Бодик, Г.Г. Жуковська, О.О. Уварова, В. М. Аристова, Л. П. Крисін, так і європейських У. Вайнрайх, Е. Хауген, В. Бетц, Б. Карстенсен, В. Янг, Д. Циммер, І. Шнардсен, С. К.Хільгендорф, Г. Фінк, В. Зауера, Л. Лемнітцера,Р.Глан, Н. Плюмер, М. Ленерт.На сьогодні інтерес дослідників й досі не згасає до розвитку мовних систем, зокрема щодо різних аспектів впливу однієї мови на іншу в процесі запозичення, адже кількість запозичених слів у різних мовах зростає з кожним днем і **обрана тема завжди буде актуальною**, поки мова перебуває в розвитку.

Слід відзначити, що останнім часом мовні зміни, що відбуваються в німецькій мові під впливом англійської, привертають увагу багатьох відомих німецьких лінгвістів, серед яких знаходимо праці Р. Бергманна, В. Янга, Г. Глюка, А. Шенфельда, Р. Келлера, Х.Д. Шлоссера, Х.-Г. Шмітца, Ю. Шпитцмюллера, Я. Г. Шнайдера, Г. Фрица, В. Зауера, Х. Фатера, Л. Лемнітцера, Ф. Штарка.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дана робота виконана на кафедрі англійської філології та світової літератури імені професора Олега Мішукова в межах комплексної теми «Лінгвокогнітивні і комунікативно-прагматичні аспекти дослідження тексту» (номер держреєстрації 0117U006792).

Метою роботи є аналіз лексико-семантичних особливостей англізмів, що функціонують у сучасному німецькомовному медіапросторі. Досягнення мети передбачає **розв'язання наступних завдань:**

- 1) узагальнити сучасні підходи науковців до визначення понять «англізм»;
- 2) проаналізувати особливості інтеграції англізмів у німецьку мову;
- 3) визначити мовні особливості сучасного дискурсу та медіадискурсу (на матеріалі журналу «Der Spiegel»;
- 4) запропонувати класифікацію англізмів (на базі представлених текстах,) та визначити їх роль в німецькому медійному дискурсі.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є використання англомовних запозичень у німецькомовних засобах масової інформації.

Предметом дослідження виступають лексико-семантичні особливості англомовних запозичень, а також їх функціонування в суспільно-політичних текстах на німецькій мові, а також динамічна перебудова в лексичній системі загальноновживаної лексичних одиниць під впливом англізмів в текстах ЗМІ .

Методи дослідження:

1) Теоретичний – аналіз наукової літератури для вивчення проблеми запозичення як вагомого фактора збагачення лексичного складу німецької мови;

2) Контекстуальний аналіз - визначення контексту вживання англізмів;

3) Дескриптивний аналіз – описовий підхід до вивчення таких процесів як запозичення лексичних одиниць, спостереження, узагальнення, інтерпретація англомовних запозичень.

4) Порівняльний метод для порівняння мовних лексичних одиниць, що дає змогу виявити вплив англійської мови на німецьку мову;

5) Структурно-семантичний аналіз ;

6) Узагальнення та систематизація отриманих результатів .

Матеріалом дослідження є тексти медійного дискурсу від суспільно-політичної до побутової тематиці, відібрані методом суцільної виборки, які розміщені на сайтах німецькомовних інтернет-видань, а саме з журналу «Der Spiegel» за 2023 рік.

Наукова новизна полягає в тому, що на базі практичного матеріалу було виявлено типологію англізмів, визначено їх специфіку та роль в німецькомовному медійному дискурсі.

Практичне значення одержаних результатів. Опрацьований фактичний матеріал даної роботи може бути використаний у викладанні лекційних курсів з лексикології та країнознавства, на

практичних заняттях з англійської та німецької мов, а також студентами, які виявляють інтерес до дослідженні даної проблеми.

Апробація результатів дослідження.

За темою дослідження автором опубліковано статтю в електронному альманасі «Магістерські студії» Херсонського державного університету. Основні положення і висновки кваліфікаційної роботи представлено на засіданні кафедри англійської мови та світової літератури імені професора Олега Міщукова Херсонського державного університету, доповідалися на Міжнародному форумі «Медіаосвітні виклики в епоху інформаційного суспільства» (м. Черкаси, Управління освіти і науки Черкаської обласної державної адміністрації комунальний навчальний заклад «Черкаський обласний інститут післядипломної освіти педагогічних працівників черкаської обласної ради» Академія української преси, 30 жовтня 2023 року).

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, які включають підрозділи, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 44 друкованих сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

1.1. Сучасні погляди та трактування поняття «англізм»

Мовна ситуація кожної країни тісно переплітається з соціальними, історичними, а також зі соціально-політичними явищами всередині країни, а ті, звичайно, пов'язані з глобальними – всесвітніми. Для підтримання комунікації з розвитком глобалізації та індустріалізації в світі основною мовою є англійська.

Англійська мова вважається офіційною мовою комп'ютерних технологій та інтернету, крім того це найрозповсюдженіша мова телеграфних агенцій та неофіційна міжнародна мова. Сучасні соціолінгвістичні дослідження свідчать про те, що сьогодні кількість людей, які вільно володіють англійською мовою та використовують її для свого спілкування, складає більш вісімсот мільйонів, на всіх континентах мирового пространства [4, с. 23]. Із цього витікає, що наявність англізмів у німецькій мові - це процес неминучий. Німецька мова знаходиться у постійному стані зміни, все частіше й частіше вона звертається до спрощень та скорочень.

Влучну думку висловив Г. Готтліб щодо ролі англійської мови: «певні речі краще висловити англійською мовою», - можна почути не лише від премудрих космополітів, а це кредо вимовляють державні чиновники й бізнесмени, і навіть школярі. Слід зазначити, що використання англійської мови як сучасної *лінгва-франка* збільшується, в той час як самих носіїв англійської меншає» [8, с.161].

Варто зазначити, що у сучасних виданнях словника *Duden* наявна велика кількість англізмів, таких, як *Social Media*, *Instagram*,

Facebook, E-Book-Reader, Digital Native. Враховуючи вищезазначене, ми бачимо, що масивний вплив англійської мови на німецьку привів до міксування з двох мов та мовознавці отримали назву «Denglisch» в німецькій мові («німглійська») [14, с.161].

Прикладом також є такі слова як «*Germeng*», «*Deutschlich*», «*Deutschlitsch*», «*Gerglisch*», «*Amideutsch*», «*Anglo-Deutsch*», «*Anglogerm*», «*Engldeutsch*») – слова акроніми, які утворені від таких слів «Deutsch» та «English». Дане поняття описує новоутворення у німецькій мові, які утворилися під сильним впливом англійської мови.

Відомо, що сьогодні слово «Denglisch» використовується в різних сферах життя на німецькій мові, а саме: по радіо, телебаченню, Інтернет сайтах, тощо. Звичайно, далеко не всі люди визнають змішування цих мов доречним, доводячи те, що зростання англійської лексики призводить до знищення власних корінних лексем німецької мови, тож серед негативно налаштованих науковців зростає явище мовного пуризму.

Сучасне трактування англізмів відбувається на основі опертя на їхню функцію як адаптивного механізму мов, показника культурних змін і глобалізації. Отже, під поняттям *англізм* розуміють слова або вирази, запозичені з англійської мови й інтегровані в інші мови [28]. У сучасному світі англізми стали звичним явищем через глобалізацію, технологічний прогрес та домінування англійської мови в науці, культурі, економіці й медіа. Ось декілька сучасних поглядів на це поняття:

1.Лінгвістичне трактування: лінгвісти часто розглядають англізми як природну частину мовного розвитку. Це запозичення, що стає новим словом чи виразом у мові. Вони можуть зазнавати адаптації – фонетичної, морфологічної, граматичної або

орфографічної, - зберігаючи при цьому певну англійську ідентичність.

2. Соціокультурний аспект: сьогодні англізми є маркером приналежності до глобальної культури, сучасності та обізнаності. Наприклад, слова як «стартап» (startup), «блогер» (blogger) або «онлайн» (online) є не лише технічними термінами, а й ознаками сучасного способу життя.

3. Негативні погляди та критика: деякі дослідники наголошують на ризику надмірного проникнення англізмів, особливо коли вони витісняють власні лексичні одиниці. Це може впливати на мовну ідентичність, особливо в країнах, які прагнуть захистити національну мову від впливу домінуючих іноземних мов.

4. Англізми в спеціалізованих сферах: науці, техніці, медицині та ІТ англійські терміни часто використовуються для опису концепцій або технологій, які походять з англійськомовного світу. Вони є ключовими для міжнародного спілкування, адже дозволяють фахівцям швидко обмінюватися знаннями та ідеями.

5. Мовна економія: англізми можуть мати компактнішу форму порівняно з рідними еквівалентами. Наприклад, "комп'ютер" коротший і загальноприйнятий порівняно з потенційними українськими відповідниками.

6. Феномен «калькування»: окрім англізмів, що зберігають оригінальне звучання (Internet), існують кальки, тобто буквальні переклади. Це теж вид англізмів, які стали звичними у багатьох мовах: наприклад, «вебсторінка» (web page) або «хмарне зберігання» (cloud storage) [11].

Слід підкреслити, що питання мовного пуризму є багатограним та актуальним, багато німецьких лінгвістів-критиків

виступають за повне знищення явища *Denglisch*, а німецька публіцистика кишить від статей про це.

Двозначне явище *Denglisch* привертає увагу й сучасних періодичних видань, а саме «*Der Spiegel*». Використання англійської термінології німцями призводить до зростання пуристичних течій в Німеччині. Німецькі політики пропонують заборонити вживання *Denglisch* на робочих місцях. Це поєднання мов все частіше користується популярністю серед школярів, рекламних компаній та бізнесменів, тож прихильники традиційної мови починають намагання боротися.

Мовні інспектори Німеччини називають слово «*Denglisch*» мовним сміттям, обґрунтовуючи всю непотрібність його застосування та використання .

Вагомий крок під час досліджень запозичень зробили вчені В. Бетц, Е. Хауген, В. Зауера, Л. Лемнітцер, Б. Карстенсен, Г. Фінк, які розробили класифікації типових англомовних запозичень. Слід також підкреслити, що проблемам перекладу іншомовних запозичень присвячені праці Б. Карстенсена. Як результат з'явився словник англізмів «*Anglizismen-Wörterbuch*» (1996 р.). У центрі уваги дослідників перебувають англомовні запозичення та особливості їх функціонування у суспільно-політичних текстах. Так, Й. Пфітцнер, аналізуючи стилістичні функції англізмів у пресі, виокремила сім причин використання англізмів. У свою чергу В. Янг вивчав прагматичні особливості англізмів у публіцистичних текстах, а Г. Фінк – у текстах розмовного стил. Г. Расмусен присвятив свої наукові розвідки причинам іншомовного запозичення.

Автор словника «*Wörterbuch der Verdeutschungen entbehrllicher Fremdwörter*» Г. Дунгер ще у 1882 році відмічав зростаючу кількість

англізмів, запозичених у німецьку мову. Зазначений словник містить 148 англізмів

Пізніше, у статті «*Engländerei in der deutschen Sprache*» Г. Дунгер зазначив той факт, що кількість англізмів постійно збільшується, йдеться про 900 англомовних запозичень [12, с. 140]. При тому, Дунгер акцентує увагу на тому, що насичення німецької мови англізмами це не необхідність, а засмічення мови, кожна з його робіт просочена пуристським настроєм відносно неправильності введення англійської лексики в німецьку.

Під поняттям «англізм» розуміють запозичення слово з англійської мови, специфічна заміна значення німецького відповідника [21, с. 15].

Перше теоретичне дослідження англізмів у німецькій мові було виконано у 1936 році науковцем А. Баін. Мовознавець проаналізувала вплив англійських запозичень з XIII ст. до 1935 р. та зробив висновки, що процентне відношення англізмів зросло у другій половині XIX ст. у зв'язку з індустріальною революцією у Німеччині та економічно-культурним розквітом країни..

Аналіз наукової літератури показує, що англізми у німецькій мові часто ставали об'єктом наукових досліджень німецьких лінгвістів. Варто зазначити, що розвиток мови – це багатограний та творчий процес. Мова здатна не лише запозичувати іншомовні слова, а й сама створювати нові. Отже, на фоні активного використання англізмів у німецькій мові ми спостерігаємо абсолютно нове явище, а саме – псевдоанглізми – це слова, яких насправді не існують в англійській мові, або ж вони вживаються у ній у зовсім іншому значенні [4,21].

Отже, англізми – це слова, запозичені з англійської мови (переважно іменники або субстантивовані дієслова: website, net,

mobile, e-mail, computer, center ,laptop) або вирази, запозичені з англійської мови ,які активно використовуються в німецькій сучасній мові. Поняття «англізм» – нейтральне. Термін «Denglisch», як пишуть мовознавці, – нелітературний варіант мови, це поняття має статус мовного феномена та воно не підпорядковується науковим правилам чи критеріям. Про мовне явище «Denglisch» говорять тоді, коли запозичуються не лише іменник та англійські дієслова , а приметники та прислівники. Крім того, в основному це явище має негативний відтінок. Це стосується статей суспільно –політичного характеру,де англізми можуть використовуватися у різних значеннях та визивати стан неповного розуміння у німецького читача,який не володіє англійською мовою,або приводити до стану часткового розуміння прочитаного. Якщо англізми використовуються у повсякденному житті, то відсоток «недорозуміння» англійського слова чи фрази значно менший .

1.2. Функціонування англомовних запозичень у сучасній німецькій мові

Аналіз лінгвістичної літератури показує,що велика кількість німецьких лінгвістів схиляється до такої точки зору,що поширення лінгвістичного мовного феномену під назвою «Denglisch» не зупинити. Стосовно німецької мова, вона ризикує в ньому повністю розчинитися. Дослідники вважають,що населення Німеччини вже практично розучилося розмовляти німецькою мовою, яку більшість молодого покоління зневажливо називають «мовою пращурів» [23, с.13].

Функціонування англомовних запозичень у сучасній німецькій мові є цікавим прикладом міжмовного впливу та адаптації іноземних слів у новий культурний контекст. Цей процес стає помітним у таких сферах, як бізнес, технології, молодіжна культура,

а також медіа, де англіцизми часто впроваджуються як засоби для вираження сучасності та глобалізації.

До основних аспектів функціонування англізмів у німецькій мові належать такі:

1. Адаптація до граматичних норм. Англійські слова часто піддаються морфологічній і фонетичній адаптації для інтеграції в німецьку граматичну систему. Так, до англізмів додають суфікси для утворення множини (-s) або утворення віддієслівних форм за німецькими правилами (downloaden від download).

2. Зміна значення і семантичне звуження. Багато англійських слів набувають специфічного значення в німецькій мові, яке може відрізнятися від їхнього оригінального значення. Так, *Handy* у німецькій означає «мобільний телефон», хоча в англійській ця лексема має зовсім інше значення (практичний).

3. Створення гібридів. Часто відбувається поєднання англійських та німецьких компонентів для створення нових слів, як-от Kaffeerause або Homeoffice, що частково адаптовані або змішані з місцевими словами.

4. Соціальна та культурна функція. Використання англізмів у німецькій мові має соціально-культурний аспект, адже молодь і люди, які працюють у міжнародних компаніях, сприймають такі запозичення як знак модернізації та належності до глобалізованої культури.

Отже, ретельний аналіз наукової літератури показав, що існують п'ять видів такого феномена як «Denglisch»:

1. Споконвічні англізми. Ці слова з'явилися у мові, але вони не мають змін в орфографічній структурі, але в німецькій мові переважно вимовляються вже не по-англійськи, а з акцентом німецької та змінюють своє значення. Наприклад, англ. Audit, лат.-

Auditus(Anhörung), audire(an) hören- це слово, що означає перевірку або повторну перевірку, а також оцінку тої чи іншої організації, системи, проекту або навіть особи. Проаналізуємо ще один приклад , це слово «Ticket» (квиток),яке взагалі замінило цілий ряд німецьких слів, таких як «Fahrkarte», «Flugschein», «Strafzettel».

2. Адаптовані англізми. В сучасній англійській мові спостерігається тенденція адаптування орфографічної структури слова до німецьких правил читання . Прикладом можуть бути такі слова як : Chapter, Import, overdraft, break, point. Слід зазначити,що вищевказані слова звучать дивно для німецькомовного мешканця.

3. Міксування англізмів з словами німецької мови . Це -змішані слова,які складаються на 50 % з німецької та 40-50% з англійської мов. Наприклад: Backenshop- це- Backen – піч та англ. Shop – магазин = пекарня, булочна.

4. Використання англійським мовних зворотів . Для фахівців не філологічних спеціальностей ці вирази сприймаються як ісконо німецькими, але при детальному аналізі їхньої граматичної та лексичної структур, мовознавці виявляють цікаві розбіжності.. Наприклад: sense haben (від англ.. to make sense замість sinn haben. [22,34].

5. Псевдоанглійські лексичні одиниці. Англійські слова, які є так названими англізмами. Німецька мова, як зазначають дослідники , сама створила їх, відповідно до певних граматичних правил англійської мови та використовуючи процес міксування мов. Все вищезазначене привело до появи німецьких слів, які зовні схожі на англійські слова ,але мають зовсім інше ,а іноді і протележне значення. Наприклад: англ. twenty -числівник двадцять та – нім. twen –молода людина чоловічої статті , віком від 20-29 років.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ АНГЛІЗМІВ У СУЧАСНОМУ НІМЕЦЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРИ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОГО ВИДАННЯ «DER SPIEGEL»)

2.1. Особливості німецькомовного медійного дискурсу

Розглянувши теоретичну основу запозичень англійзмів в німецькій мові та звертаючись до теми роботи «Лексико-семантичні особливості англійзмів у сучасному німецькому медіапросторі», перейдемо до практичної частини. Отже, необхідно з'ясувати значення терміну, зазначеного у вступі, такого як медійний дискурс і яким чином цей термін пов'язаний з німецькою мовою.

Відомий факт, що поняття *дискурс* ввів німецький філософ і соціолог Ю. Габермас «для позначення виду мовленнєвої комунікації, що передбачає раціональний критичний розгляд цінностей, норм, правил соціального життя» [11, с. 111]. Поняття "дискурс" вперше використав бельгійський лінгвіст Е. Бюїссанс.

Дискурс – мова, розглянута як мовний феномен, який приймає участь у взаємодії людей та механізмах людської свідомості або когнітивних процесах. Відомо, що дискурс завжди включає супровід мови (жести та міміку) і вивчається разом з відповідними «формами життя» такими як пояснення, репортаж, навчальний інструктаж, дипломатична бесіда).

У збірці праць відомого європейського вченого Т. Ван Дейка, у сучасних підходах дискурс розглядається як «складне комунікативне явище, що включає, крім тексту, ще й комунікативне явище, що включає, крім тексту, ще й екстралінгвістичні чинники (знання про світ, думки, установки, цілі адресата), необхідні для

розуміння тексту» [8,16]. Дискурс, за трактуванням Т. Ван Дейка, може приймати різні форми – в усній або письмовій мові, в розмові зі знайомими або у взаємодії між лікарем та пацієнтом, або навіть у читанні газети. Це визначення підкреслює широкий спектр ситуацій, в яких відбувається комунікативна взаємодія, що розглядається як дискурсивна подія. При аналізі дискурсу розрізняють два основних аспекти: мовленнєвий та комунікативний. Мовленнєвий аспект обумовлений лінгвістичними правилами і включає в себе використання мовних засобів, таких як вибір слів, граматична будова речень і т.д. Комунікативний аспект виходить за межі мовленнєвого і розглядається в контексті взаємодії, враховуючи соціокультурні конвенції та психологічні аспекти.

Отже, дефініція дискурсу Т. Ван Дейка враховує його різнобічність та варіативність, визначаючи його як ключову комунікативну подію, що охоплює різноманітні контексти та форми взаємодії між учасниками. М. Стаббс наголошує на колаборації між вивченням формування мови та аналізом суспільно-соціального контенту, виділяючи три основні характерні риси дискурсу:

- 1) це мовна одиниця, що перевищує кількість речень,
- 2) асоціація із застосуванням мови в суспільно-соціальному контенті,
- 3) інтерактивна форма.

Таким чином, усі вищевказані автори прийшли до спільної думки, що основним у дискурсі є комунікативне явище, або текст поряд з екстралінгвістичними чинниками.

У кваліфікаційній роботі ми розглядаємо дискурс як мовленнєво-мисленнєву діяльність, тобто сам процес діяльності та отриманий результат - текст, враховуючи екстралінгвістичні чинники. Існують різні види дискурсу, але в соціумі набуває значення саме медіадискурс, який представлений різними

джерелами засобів масової інформації та мережею Інтернет. І саме такі засоби комунікації як журнали є одним із найвпливовіших у суспільстві засобів, оскільки вони виконують не тільки інформаційну, розважальну функції, але і когнітивно-дискурсивну функцію, виступаючи як засіб роз'яснення та популяризації обробленої інформації суспільству для впливу на нього.

З часом мовні та комунікативні норми зазнають змін, і автори текстів можуть самостійно встановлювати норми мовного вживання в засобах масової інформації, тим самим медіатексти впливають на поточний стан мови, а суспільство переймає ці норми для комунікації в житті. Відомо, що сучасне суспільство живе в просторі медіатекстів, які представлені контекстом масової інформації. А вивчення медіатекстів є основою формування уявлення про те, як реальна ситуація конструюється і репрезентується в джерелах засобів масової інформації.

Аналіз наукової літератури показав, що медіадискурс є важливою складовою часткою мовленнєвого процесу, який відображає послідовний розвиток або дисбаланс суспільства, та аналізує мовний рівень представників журналістики. Слід зазначити, що сучасне вивчення медіадискурсу надає можливість людям знайти та проаналізувати особливості вираження власних думок як один одного, так і певних націй, та всіх споживачів інформації, наданого медіапродукта.

Відомо, що існування сучасних ЗМІ без особи –рецепієнта неможливе: світ сучасного медіапростору існує та стрімко розвивається разом із технічними засобами масової комунікації, про що свідчать як позитивні, так і негативні зміни в суспільстві.

Отже, медіадискурс –багатоаспектне поняття ,яке не має єдиного тлумачення. Сучасні мовознавці пропонують ряд

пропозицій щодо детального пояснення терміна «медіадискурс». Наприклад, О.Бессонова вважає, що медіадискурс – це специфічний тип мовно-мисленнєвої діяльності, який притаманен виключно для інформаційного потоку від засобів масової інформації [8, с. 151]. Отже, медіадискурс потрібно розуміти як окреме поняття, як самостійний та незалежний різновид дискурсу. Науковці пропонують аналізувати медіадискурс на рівні таких типів, як суспільно-політичний, релігійний, науковий, соціо - культурний, феміністичний, дитячий. Отже, стає зрозумілою його головна мета та структура. Також, важливо звернути увагу на індивідуальні параметри існування дискурсу та мовленеві ситуації, які притаманні медіадискурсу, а також фактори його використання у мовленні.

Аналізуючи інший підхід до аналізу поняття медіадискурсу, слід зазначити, що це - будь-який вид дискурсу, який вживається в рамках комунікаційної ситуації за допомогою всіх доступних засобів масової інформації: радіо, телебачення, виступи політичних діячів на каналах www.youtube.com, сучасна преса, тощо. Проаналізувавши вищезазначені тлумачення терміна «медіадискурс», доцільно звернути увагу на той факт, що медіадискурс є одним із актуальних типів дискурсу, але його варто аналізувати як окремий аспект. В чому полягає феномен медіадискурсу? Як відомо знавцям мовознавства, це не тільки процес комунікації, а поняття не вивчене, яке потребує подальшого теоретичного та практичного дослідження.

На сучасному етапі розвитку суспільства відомо, що ЗМІ мають вагомий авторитет на *настрій* суспільної думки людства та свідомості кожного індивіда. Цікаво, що у більшості випадків людина отримує потрібну їй інформацію, а також світові, політичні, регіональні та місцеві новини, використовуючи засоби масової

інформації такі як : інтернет ресурсів, телебачення , газети, радіо . Отже, самі медіатексти можуть бути фаховими, газетно-публіцистичними, рекламними, Інтернет-текстами, освітніми, дитячими тощо. Основні сфери функціонування будь-якого медіатексту, як всім відомо, це-журналістика , реклама та PR.

Німецькі мовознавці такі як Б.Крістіан Бортоломе та К.Брутман зазначають ,що німецький медійний простір не є винятком. У Німеччині відіграють велику роль класичні засоби масової інформації - інтернет ресурси, газети, журнали, телебачення, радіо, за допомогою яких німецький громадянин може встановлювати власні тенденції мовленнєвої діяльності. Таким чином, вся мовленнєва діяльність є одним вагомим інструментом управління свідомістю як однієї людини так і думками та діями всього суспільства. Таким чином, будь-який медіатекст має безліч власних особливостей ,але однією з таких , у німецькомовному медійному просторі, є запозичення англійських слів. Слід зазначити, що їх кількість збільшується в мові з кожним роком дуже швидко і це пов'язано з економічним розвитком суспільства .

Лінгвісти прийшли до висновків, що англійські слова є часто вживаними словами у політичних статтях газет, журналів, та інтернет ресурсів на німецькій мові.. Таким чином, спостерігається тенденція, що англійські слова стали загальноприйнятими для медійного дискурсу протягом останніх років. Причиною такого мовного стрибка напевно є наявність великої кількості міжнародних політичних новин, які касаються воєного стану в Україні та російської агресії. Сучасні новини мають політичний характер та поява нових запозичень в німецькій мові з англійської дуже актуально відображає цей стан . Наприклад, такі слова з англійської як «President», «War», «Attack» все частіше можна побачити у політичних текстах в німецьких газетах та журналах. Для

привернення уваги читача до певної статті часто вживаються англійські слова, що робить мову газетної статті експресивнішою та надає емоційного окрасу. Це стосується феміністичного дискурсу кандидатки у президенти США Гіллари Клінтон, який звучить на німецькій мові з активним словником англійських фраз. Слід зазначити, що сучасна мова преси, а особливо інтернет статей, газет та журналів, не є ретельно стилістично та лексично обробленою, так як журналісту бракує часу, а матеріал треба опублікувати терміново. Цей брак часу також є причина вживання англомовних лексичних запозичень.

Сучасні мовознавці довели, що англізми, які є часто вживаними у пресі вважаються добре адаптованими до норм рідної мови людини, яка з ними зустрічається у медійному просторі. Вживання англіцизмів журналістами, які мають різний фаховий досвід та використовують різні мовні стилі, є важливим індикатором соціальної інтеграції самих запозичень.

Розглядаючи вищезазначені аспекти: актуальність, періодичність, доступність, різноманітність, гомогенність та широке розповсюдження англізмів, які яскраво описують мову інтернет статей, преси, та журналу «Der Spiegel», ми прийшли до ідеї, що це є вдалим джерелом для створення наукової платформи даного дослідження.

Відомо, що медіадискурс включає характерні риси суспільно-політичного, наукового, феміністичного та економічного дискурсу, тим самим, містить в собі відомості з різних галузей. В даному випадку, до предмету медіа-дискурсу входять також і засоби передачі теоретичного багажу про них. Таким чином, медіа-дискурс займає роль посередницької ланки сучасного світу комунікації, в ході якої може відбуватися утворення, передача, конвертація або перетрансформація інформаційних даних.

Відомо, що компетенція в сфері медіадискурсу набуває вагомий сенс: «Істинність або значимість визначаються лінгвосоціальним, соціокультурним та історико-цивілізаційним контекстами, врахування яких також необхідне при описі медіадискурсу» [20, с 120-125].

Відомо, що ключовими пунктами медійного дискурсу є такі поняття як «інформація» та «знання», отже, дискурсанти спілкування отримують доступ до різної інформації, обробляють основні положення та практично їх застосовують. Залежно від мети використання, змістовність інформації можна умовно розбити на дві групи: а) предметно-логічну, не пов'язану з мовною ситуацією та учасниками дискурсу, б) прагматичну, де основна функція – це вплив на особу та передача їй свого власного, іноді навіть негативного відношення до змісту та тематики дискурсивного контенту. Таким чином, існує опис основних ознак медійного дискурсу, серед яких лінгвісти виділяють основні:

1. групова співвіднесеність - де розділяються погляди та ціннісні орієнтири всіх учасників мовного дискурсу;

2. публічна відкритість, орієнтованість на масового користувача інформаційних новин;

3. диверсивна ознака - створення положення «diversity» — протиріччя.

4. масова інсценованість - ціленаправлений вплив на декілька груп населення, треба зазначити, що подача інформації для кожного регіону має індивідуальні риси.

Отже, багато науковців бачать специфічні риси медійного дискурсу в поєднанні головних аспектів: стилістичного та жанрового. Приходимо до висновків, що медійний дискурс має компаративність (порівняння) з публіцистичним стилем мовлення.

Слід зазначити, що аналізуючи дискурс сучасної журналістики, необхідно також звернути увагу на жанрову специфіку різних за фахом текстових матеріалів, які подаються читачу.

2.2. Лексично-тематична характеристика англізмів та їх функціональний аспект

Сучасні медійні тексти німецької преси вже багато років перебувають під увагою науковців та мовознавців, оскільки дискурсивні тексти різної тематики найчіткіше відображають сучасну реальність. Відомо, що стиль публіцистики починає звільнятися від жорсткої цензури тільки на початку 21 століття та раптово з'являється термін «свобода слова». Отже, медійні тексти стають насиченими лексичними, графічними, граматичними та орфографічними особливостями. Аналізуючи статті німецьких журналів треба зазначити, що медійному дискурсу притамана феміністична емоційність висловлювань, ескпресивність, чіткість, які можуть викликати тільки англізми. Отже, для аналізу функцій і типів англізмів у німецькомовному медійному дискурсі ми розглянемо випуски журналу «Der Spiegel» за 2023 рік.

Журнал «Der Spiegel» значно впливає на читача, оскільки він орієнтований на високорозвинених людей, які зазвичай стоять біля верхівки влади в країні, або в компаніях, - саме ці представники суспільства можуть чинити подальший вплив на підлеглих їм людей і задавати орієнтири суспільству. Журнал поширений не тільки в Німеччині, а й на територіях інших європейських країн. Він може формувати громадську думку щодо окремих питань, а також є одним із провідних істочників інформації Німеччини. У зв'язку з цим, у даній кваліфікаційній роботі аналізуються запозичення англізмів за областями (у роботі враховується початкове значення запозичення для визначення галузі), класифікаціями (за основу

беремо класифікацію, виведену в теоретичній частині - за формою і за функціями), що зустрічаються в журналах «Der Spiegel» за 2023 рік. Аналіз проведено на виданнях за 2023 рік, оскільки цю роботу було розпочато у 2024 році, а для об'єктивного розгляду цієї теми необхідні друковані видання за цілий рік. Під час дослідження розглянуто близько 55 журналів «Der Spiegel», з яких проаналізовано 12, по одному за кожен місяць року. Вибір було зроблено з урахуванням найбільшої зустрічаємості запозичень в журналах і з урахуванням відмінної одна від одної тематики кожного видання.

За тематичними сферами англійців виділено такі галузі: політична сфера (включно з політикою і правом), соціальна сфера (освіта, релігієзнавство, суспільство, соціальні проблеми, медицина тощо), суспільно-економічна галузь (економіка, робочий процес тощо), мас-медіа, реклама, товари і послуги (включно з продуктами, одягом, послугами, туризмом, модою), ІТ і техніка (інформаційні технології та різні технічні пристрої), розважальна сфера (музика, театр, мистецтво тощо), спорт, науково-дослідницька діяльність, інше (розмовні слова, предмети і явища, які не входять до жодної з вищезазначених галузей).

При цьому кількість одного і того самого англійству, що зустрічається в журналі буде враховуватися один раз, незважаючи на те, що деякі запозичення з'являються по 8-10 разів протягом усього журналу.

Першим був проаналізований випуск № 43 від 20.10.2023 р. В журналі було виявлено 87 англійств.

Більшість англійств виявлено в галузі ІТ і техніки, суспільно-економічній галузі, а також у мас-медіа, рекламі, товарах і послугах. Найменше число помічено в науково-дослідній діяльності.

При цьому деякі англізми зустрічалися з великою частотністю.. Наприклад, *der Job* – 40 разів , *das Internet* – 25 разів, *der Fan* – 45 разів, *die CD* – 86 разів , *das Foto* – 48 разів, *Digitale Tageszeitung* – 28 разів . Найбільше повторюваність зі сфери ІТ і техніки.

Далі необхідно провести класифікацію англізмів (будуть подано вибірково приклади).

I. За формою виявлено такі англізми:

1. Адаптовані «adopted» запозичення (перебудовані під німецьку мову): *der Stop (stopp)* – англ /stop / «Der Stopp umfasste alle Rüstungsgüter»; *testen* (перевіряти, пробувати) - від англійського слова «to test» «Jetzt testen»; «SAP ist einer der ganz wenigen großen Player auf dem Digitalmarkt in Deutschland und Europa»; *kreativ* (креативний) - англ. *creative* «Als Passagier werden Sie sich keinen kreativen Piloten wünschen...»; *IT-Spezialist* (спеціаліст з інформаційних технологій) - англ. *IT- specialist* «...die wenigen IT-Spezialisten...sind ratlos».

2. Прямі «direct» запозичення (завжди залишаються у незмінному вигляді, але перетрансформовані під німецьку мову) : *der Job* (*робота*) «Folgen für Ihren Job», «Albrecht hält die Aufsichtsratsstätigkeit von Joost für nicht vereinbar mit dem Job als Internetbotschaftlerin», «der erste Job»; *das Internet* «die Hetze im Internet», «In Zeiten des Internets»; *das Digital-Upgrade* (цифрове оновлення версії, поліпшення) «Digital-Upgrade nur € 0,50»; *das/der Rollout* (*вихід нового продукту на ринок*) «Später kümmerte sich Joost um die “Konzeption“ und den “Rollout in mehreren Bundesländern“»; *das Interview* «Wenn Parteifreunde Interviews im “Morgenmagazin“ geben oder in der “Frankfurter Allgemeinen“ über Liberalismus streiten, kann sich das parteieigene Presseteam auf empörte Nachrichten von Weidel einstellen»; *das Team* (*команда*) «...muss das Team

entscheiden...»; *der Swimmingpool (басейн)* «Sie füllen Swimmingpools auf».

3. Псевдозапозичення: - в англ. *binge watching* - перегляд серій телевізійного серіалу, приклад у тексті: «Rede für Rede zog ich mir rein, wie die Folgen einer guten Serie. Parteitags-Binge-Watching». У цьому випадку значення взято від англійської фрази, але мова йдеться не про перегляд серіалу, а саме про проведення засідання у Парламенті. Також слово *das Handy* - в англ. *handy* - зручний, розташований поблизу, тобто, в значенні «під рукою», у німецькій мові - це мобільний телефон: «...mit einem Spezialhandy anrufen», «Wenn Sie ihr Handy benutzen...».

4. Складно- змішані утворення: *der Panzerexport* (експорт танків) - нім. *die Panzer* і англ. *export* «Panzerexport durch die britische Hintertür?»; *der VIP-Bereich* – англ. *VIP* – скорочення від *very important person* і нім. *Der Bereich* «Es gibt auch einen VIP-Bereich in dem düsteren Bau»; *Law-and-order - Flügel* (крило законності) - англ. *law and order* (нім. *Recht und Ordnung*) - законність, правопорядок і нім. *Flügel*: «Merkel dagegen hatte nie ein Herz für den Law-and-order-Flügel der CDU»; *die Digitalwährung* (крипто валюта, електронні гроші) - англ. *digital* і нім. *die Währung*; *die Managmentaufgabe* (задача управління) - англ. *management* і нім. *die Aufgabe* «Eine zentrale Managmentaufgabe für ihn besteht nun darin, altgediente Ingenieure für die neuen Aufgaben zu begeistern».

5. Кальковані слова (калька англійських слів, фраз):

Nahtschicht (цілодобове чергування) - англ. *day-night shift* , «Fichtner begleitete zusammen mit dem Fotografen Sven Döring Tag- und Nachtschichten in einem Altenheim im Frankischen Hof»; *der digitale Wandel* (перехід на цифровізацію (цифрові технології) - англ. *digital transformation* «Der digitale Wandel stellt ihre gewohnten

Arbeitsläufe auf den Kopf»; *das Kaffeehaus* (кав'ярня) - англ. coffee house «So endete die Rentendebatte im Kaffeehaus ergebnislos»; *die Passkontrolle* (паспортний контроль) - англ. passport control «Wenn uns bei der Passkontrolle ausfällt, dass ein Kind eigentlich in der Schule sitzen müsste, können wir nicht die Augen verschließen»; *die Adoptivtochter* (прийомна донька) - англ. adopted daughter.

II. За функцією англізми поділяються на:

1. Варіація: *die Tickets* - у двох реченнях використані синоніми: «Tickets sind im Bucerius Kunst Forum und in allen bekannten Vorverkaufsstellen erhältlich. Die Eintrittskarte berechtigt am Veranstaltungstag zum Besuch der Ausstellung “Karl Schmidt-Rottluff: expressiv | magisch | fremd”».

2. Додавання ефекту новизни: *der Freelancer* (позаштатний працівник); *die Community* (співтовариство) «Wie würden Sie die Stimmung in Ihrer Community derzeit beschreiben?»; *Smart Wearable* (розумний аксесуар) «Ein Produkt, das vor allem für Ältere entwickelt wurde. Neudeutsch: “Smart Wearable”»; *das DigitalUpgrade* (цифрове оновлення версії, поліпшення) «Digital-Upgrade nur € 0,50».

3. Передача локального, соціального або наукового колориту: *das Kidnapping* (викрадення людей) «...wegen der Gefahr des Kidnappings...»; *der Klimawandel* (зміна клімату).

4. Вираження прагматичної цінності: *Digital Champion* (цифровий чемпіон) «Einen “Digital Champion” konnte Deutschland gut gebrauchen».

5. Економія мовних засобів: Center, Job, Jokes, Market, Okay, Fan, Clown, WOW (window on the world), Trick, Make-up.

6. Вираження комунікативних цінностей: «Merkel dagegen hatte nie ein Herz für den Law-and-order-Flügel der CDU»; Coming-of-Age-

Romane (романи для повнолітніх) «...sehnsuchtsvolle Coming-of-Age-Romane von jungen, gescheiterten Männern und der Wald».

7. Привернення уваги : Do your job ! (Роби свою справу); City Crossover für alle (міський кросовер для всіх), Fake News (фальшиві новини)

8. Номінативна функція: «In der Welt des Streamings ist es vollkommen irrelevant geworden, zu welchem Stamm jemand gehört»; App (додаток, застосунок); das Video «kinderpornografische Videos»; «In Zeiten des Internets».

У журналі № 44 від 27.10.2023 було виявлено 85 англізмів.
Найбільше виявлено англізмів у соціальній сфері.

I. За формою англізми :

1. Пряме запозичення: *die Performance* (виступ) «Technische Fanzination durch innovative Performance»; *der Scanner* «Gibt es Tricks, seine Gedanken im Scanner zu verbergen?»; *die SMS* - англ. sms від Short Messages Service «Er schickt eine SMS: “Wow, wow, wow”».

2. Адаптовані запозичення: *die Daten* (дані, інформація) - англ. data «Legen Sie in den Einstellungen für Werbung fest, welche Daten Google für personalisierte Werbung verwenden darf»; *der Sportsmann* (спортсмен) - англ. sportsman «Die Botschaft des Kickers, der als fairer Sportsmann gilt»; *die Dopingkontrollstation* (станція допінг контролю) - англ. doping control station «Der Grund: “die angespannte Lage in der Doppingkontrollstation»; *die Follower* (підписники) - англ. followers «Über einen Twitter-Account hält “Larry the Cat” Kontakt zu seinen 200 000 Followern».

3. Складні слова, змішані утворення: *das Start-up-Geschäft* (стартапбізнес) - англ. start up і нім. das Geschäft «Fincks Rolle muss man sich vorstellen wie die eines “im Start-up-Geschäft“»; *die SMS-Nachricht* (SMS-повідомлення) - англ. sms (Short Messages Service) і

нім. die Nachricht «Von 9 bis 21 können ihn seine Leute auf dem Handy anrufen, wenn es Probleme gibtm danach sind nur noch SMS-Nachrichten erlaubt»; *der Onlinehandel* (онлайн-торгівля) - англ. online і нім. der Handel «Otto steigt 1995 in den Onlinehandel ein».

II. За функціями англізми :

1. Додавання ефекту новизни: *die Digitalisierung* (перехід на цифровий формат) - англ. digitalization «Digitalisierung der Verwaltung»; *das Start-up-Geschäft* (стартап-бізнес) «Fincks Rolle muss man sich vorstellen wie die eines “im Start-up-Geschäft“».

2. Економія мовних засобів: *das Foto, die Couch, der Deal, die Infoline, der Job, der Clan, das Happy End.*

У проаналізованому випуску № 45 від 03.11.2023 р. У цьому виданні виявлено 67 англіцизмів і ситуація розподілу за галузями аналогічна до вищевказаного журналу – найбільше слів стосується сфери ІТ та техніки, суспільно-економічна галузь і мас-медіа, реклама, товари та послуги, однак у цьому виданні найменше зустрічається англіцизмів у галузі спорту, а в попередньому журналі було найменше слів науково-дослідницької діяльності.

Окремі англізми зустрічалися кілька разів, такі як *der Job* – 5 разів , *die Bar* – 2 рази , *das Internet* – 20 разів , *die SMS* – 4 рази, *die CD* – 10 разів , *die TV- Show* – 12 разів , *das Label* – 20 разів , *das Video* – 29 разів та ін.

Класифікація англіцизмів у цьому виданні.

I. За формою виявлено такі англізми :

1. Прямі запозичення: *die Bar (бар)* «...Debargue vor seinem Durchbruch fünf Abende pro Woche in einer Bar am Klavier gesessen hatte»; *das Internet*; *das Team (команда)* «Brauneder soll sich ein Team aus nationalen und internationalen Experten zusammenstellen»; *die/das Mail (лист)* «Im Willy-Brandt-Haus laufen Mails von wütenden

Mitgliedern ein»; *die SMS* - англ. sms от Short Messages Service «SMS mit Anweisungen» «Er bekam eine SMS: Ruf zurück, es wird lustig!»; *der Trip (подорож)* «Und es führte dazu, dass kaum ein Sender über Schulz' Paris-Trip berichtete»; *Top-down* (адміністративно-командний, зверху вниз) «In der SPD galt viele Jahre lang das Prinzip "Top-down"».

2. Псевдозапозичення: *das Handy* (мобільний телефон) - в англ. handy - зручний, розташований під рукою зручний, розташований під рукою «...bekommen die anwesenden Genossen plötzlich eine Meldung auf ihr Handy» »Er versucht, Gabriel auf dem Handy zu erreichen».

3. Кальковані слова: *Olympische Spiele* (Олімпійські ігри) - англ. olympic games; *soziale Medien* (соціальні мережі) - англ. social media «In den sozialen Medien schimpfen einfache Genossen über das halsstarrige ParteiEstablishment»; *die Nuklearwaffe* (ядерна зброя) - англ. nuclear weapons «...weil nur eine deutsche Nuklearwaffe die Sowjetsglaubwürdig abschrecke».

4. Адаптовані запозичення: *zoomen* (збільшувати масштаб зображення) - англ. to zoom «Und natürlich steht schon wieder ein Kameramann vor ihr und zoomt auf ihr Gesicht»; *scannen* (сканувати) - англ. to scan »Scannen Sie den QR - Code»; *testen* (тестувати, пробувати) - англ. to »Testen Sie jetzt den Komfort die Ihrem Händler vor Ort»; *die Infrastruktur* (інфраструктура) - англ. infrastructure «für bessere Schulen und Infrastruktur».

5. Складні слова, змішані утворення: *der Talkshow-Auftritt* (виступ ток-шоу) - англ. talk show і нім. der Auftritt «drei Talk-Show-Auftritte in der letzten Woche»; *der Exporterfolg* (успіх від експорту) - англ. export і нім. der Erfolg «Noch kaschieren die Exporterfolge deutscher Unternehmen die Probleme».

II. За функцією англізми поділяються на:

1. Вираження прагматичної цінності: *heiße Tipps* (найсвіжіші поради) «Gefragt sind «heiße Tipps» und irgendwas gegen die Steuern»; *die Businesselite* (бізнес-еліта) «Seitdem soll hier die Businesselite von morgen herangezogen werden».

2. Вираження комунікативних цінностей: *Digital Media City* (місто електронних ЗМІ), «an der Haltestelle Digital Media City», *die Coolness* (крутизна).

3. Номінативна функція: *das Internet, offline, das Video, die DVD, die CD, das Display, scannen, live, der Bus, digital, das Investment, das Smartphone, Mainstreaming* (розповсюджено застосовуються).

4. Варіація: *der Job* – від англ. *job* - в одному застосовано «ein undankbarer Job», в наступному «die neue Arbeit».

5. Привернення уваги: *der Wrack* (руїна; у переносному значенні - про людину) «Ich war ein Wrack»; *das Statement* «Statement für die Straße»; *heiße Tipps* (гарячі поради).

У наступному проаналізовано випуск журналу № 46 від 10.11.2023р. У ньому виявлено 89 англізмів. Перші три позиції - ІТ і техніка, суспільно-економічна галузь і мас-медіа, реклама, товари та послуги – аналогічні попереднім журналам за жовтень та листопад, на останньому місці, як і у випуску журналу № 45 (за 03.11.24), стоїть науково-дослідна діяльність.

Відбувається неодноразове повторення англізмів у журналі, це, наприклад, * *Interview* * - 7, * *International* *- 12, * *Computer* * - 12, *die E-Mail (Mail)* - 5, *die Digitalisierung* - 5, *streamen* - 2, * *Teamkollegen* *- 2.

Найбільша кількість запозичень належить до суспільно-політичної галузі, далі в рівній кількості суспільно-економічна і соціальна галузі, що практично аналогічно випускам журналів.

Нижче проведемо класифікацію запозичень англізмів.

I. За формою англізми :

1. Прямі запозичення: *der Computer* «Zwar sind Computer und Internetzugänge mittlerweile vielerorts vorhanden»; *der/das Laptop* «... wenn Laptops oder Smartphones im Unterricht verwendet werden»; *das Tennis* - «eine Runde Tennis zu spielen»; *das Interview* «Einfach mal eben so, in einem Interview mit den „Saarbrücker Nachrichten» «siehe das Interview auf Seite 114».

2. Складні слова, міксовані утворення: *das Zeitungsinterview* (інтерв'ю в газеті) - нім. *die Zeitung* та англ. *interview* «Schon mit einem Zeitungsinterview zum Thema riskieren Ärzte eine Anzeige»; *der Internetzugang* (доступ до Інтернету) - англ. *Internet* і нім. *der Zugang* «Zwar sind Computer und Internetzugänge mittlerweile vielerorts vorhanden»; *die Trainingshose* (тренувальні штани) - англ. *training* і нім. *die Hose* «Er hat eine lange blaue Trainingshose an».

3. Кальковані слова: *die Klimapolitik* (кліматична політика) - англ. *climat policy* «In der Klimapolitik wird China zum Vorreiter»; *das Notizbuch* (записник) - англ. *notebook* «Per Mertesacker schiebt seinen Teller beiseite, holt ein rotes Notizbuch hervor»; *der Nutzer* (користувач в мережі Інтернет) - англ. *user*.

II. За функціями англізми поділяються:

1. Передача локального, соціального або наукового колориту: *die Teenagertage* (підліткові дні) «Seit Teenagertagen waren Robert und Teresa ein Paar»; *Made in Germany* «Angrief auf Made in Germany»; *der Teenager* (підліток) «Ehemalige Klassenkameraden, Jungs, mit denen er als Teenager bei 96 gespielt hat».

2. Економія мовних засобів: вживання англійських слів «Trick», «Top», «Hit», «Trip», «Captain», «Job», «Fan».

3. Вираження комунікативних цінностей: googeln, streamen (виконувати потокову передачу, транслювати), der Burn-out (перевтома, емоційне вигорання).

4. Номінативна функція: der Mailaccount (поштовий акаунт), die DVD, die E-Mail (Mail), das Internet, der/das Laptop.

5. Привернення уваги читача : Made in Germany, der Shitstorm (бунт обурення та образ), Eye Contact.

У журналі випуску №47 від 17.11.2023 р. У ньому виявлено 80 англізмів. У журналі відбуваються повтори англізмів: der Job - 12, die Software - 2, digital - 2, der Sport - 3, das Layout - 3, importieren - 2, der Fußball - 2, die Daten - 4, der Holocaust - 2, exportieren - 4 тощо. Більшість запозичень у політичній і суспільно-економічній галузях, на останньому місці (їх найменше) - мас-медіа, реклама, товари і послуги.

Класифікація запозичень англізмів з цього журналу.

I. За формою англізми:

1. Прямі запозичення: *der Showroom* (магазин - салон) «in einem Showroom im 11. Arrondissement von Paris»; «Das alles ist kein Schrott, aber Trash, was das Gleiche meint, aber Absicht unterstellt».

2. Складні слова, мішані утворення: *die Videokünstlerin* (відеохудожниця) - англ. video і нім. die Künstlerin «Videokünstlerin Effinder»; *die SMS-Nachricht* (SMS-повідомлення) - англ. sms (Short Messages Service) і нім. die Nachricht «Von 9 bis 21 können ihn seine Leute auf dem Handy anrufen, wenn es Probleme gibtm danach sind nur noch SMS-Nachrichten erlaubt».

3. Запозичена пунктуація або орфографія: *der Holocaust* - англ. «с» замість нім. «k» «...und ich dachte an den Holocaust» «das Gefühl der Verantwortung für den Holocaust».

4. Прямі запозичення: *der Onlineshop/ Online-Shop* (онлайн-магазин) «Der Schweizer arbeitet als Bilderbearbeiter beim Onlineshop Zalando»; *der Showroom* (магазин - салон) «in einem Showroom im 11. Arrondissement von Paris».

5. Кальковані запозичення: *der Kanal* (канал використовувався в мережі Інтернет) - *channel* «Mehr als 2,7 Millionen Menschen folgen seinem Kanal»; *Tag für Tag* (день за днем) - англ. *day after day* «...die es Tag für Tag birgt».

6. Адаптовані запозичення: *mixen* (змішувати) - англ. *to mix* «Das Ziel besteht darin, Benzin aus Wasser und Luft zu mixen»; *importieren* (імпортувати) - англ. *to import* «Bion importierte seine Chamäleons legal».

II. За функціями англізми (за цим випуском журналу) можна поділити:

1. Економія мовних засобів: *Job Center*, *Trick*, *Box*, *Shop*, *Team*, *Tipp*, *fair*, *fake*, *new*.

2. Вираження комунікативного інтересу: *der YouTuber* - «Und YouTuber Florian Mundt alias LeFloid, der vor einigen Jahren viel Aufsehen auch in der Generation “Tagesschau” erregt...».

3. Привертання уваги адресата: *For him*. *For her*. *For you*. «For him. For her. For you. For 99»; *fake news* - «als “fake news beschimpft”».

4. Номінативна функція: *der Manager* «Karl-Thomas Neumann war Volkswagen-Manager und Opel-Chef»; *live* «SpiegelGespräche live im Thalia Theater-Heimat heute».

У журналі № 48 від 24.11.2023 було виявлено 42 англізми.

У даному виданні простежуються також повторення. Наприклад.: das Handy – 3 рази, das Internet – 6 разів , das Team – 40 разів, der Manager – 57 разів, der Dollar – 29 разів, die Crew – 28 разів, die Bar – 20 разів , das Video stoppen – 30 разів.

Найбільше англійців виявлено у суспільно-політичних та економічно- тематичних текстах.

I. За формою у цьому виданні було виявлено англійми:

1. Адаптовані запозичення: *twittern* – англ. to twit «Makled hat Internetzugang, twittert und verschickt Botschaften via Instagram»; *importieren* - англ. to import «um Medikamente und Lebensmittel zu importieren».

2. Прямі запозичення: *Blocking Actions* (блокувальні дії) «Diese Blocking Actions wurden 1996 von der EU verabschiedet»; *das Interview* «Tolles Interview, Bruda»; *der Teenager* (підліток) «Ansonsten sieht Marko aus wie ein typischer 13- Jähriger, irgendwo zwischen Kind und Teenager, ein bisschen pausbäckig noch, mit Sneakers und grünen Shorts».

3. Складні слова, мішані утворення: *die Interviewanfrage* (запит на інтерв'ю) - англ. interview і нім. die Anfrage «Eine Interviewanfrage des SPIEGEL lehnte er ab»; *der Spa-Bereich* (спа -центр) - англ. spa і нім. der Bereich «im Spa-Bereich liegen sie auf dem Tresen»; *der VIP-Bereich* – англ VIP – скорочене від very important person і нім. Der Bereich «Es gibt auch einen VIP-Bereich in dem düsteren Bau».

4. Кальковані слова: *der Handelskrieg* (торгівельна війна) - англ. trade war «auch die 89 EU in einen Handelskrieg zu verwickeln»; *die Lebensqualität* (якість життя) - англ. quality of life «für mehr Lebensqualität im Alltag».

II. За функціями були виявлені англійми:

1. Слова, які надають ефект новизни: der digitale Wandel (перехід на цифрові технології) «Der digitale Wandel stellt ihre gewohnten Arbeitsläufe auf den Kopf».

2. Економія мовних засобів: der Pool, der Job, Bad Boy, Fans, der Post, der Kick, Das Team, Fair Play, Gym, der Deal, die Story.

3. Привертають увагу адресата: Statement of Facts (констатація фактів) «Lediglich eine grobe Abhandlung der Dieselfaffäre (“Statement of Facts”), verfasst von der US-Justiz, wurde ins Internet gestellt».

4. Слова, які виражають комунікативну цінність: der Mainstream (масова тенденція) - англ. Mainstream; *twittern* (писати в Twitter) «Er hatte sich den Account @martinsutercom gesichert und twitterte “auch im Geheimen / So Sachen, die sich total reimen».

У журналі № 49 від 01.12.2023 було виявлено 49 англізмів. Найбільше англізмів в ІТ і техніці, рекламі, товарах, але найменше їх в політичній сфері.

I. За формою було виявлено такі англізми:

1. Складні слова, мішані утворення: «Es werde an SkypeZuschaltungen und schriftliche Stellungnahmen gedacht»; *das Sportfest* (спортивне свято) - англ. sport і нім. das Fest «ein heiteres Sportfest»; *die Imageaufwertung* (підвищення іміджу) - англ. image і нім. die Aufwertung «Die Stadtteile brauchten eine Imageaufwertung, um attraktiver zu werden».

2. Кальковані слова: die Passkontrolle (паспортний контроль) - англ. passport control «Wenn uns bei der Passkontrolle ausfällt, dass ein Kind eigentlich in der Schule sitzen müsste, können wir nicht die Augen verschließen»; *der Klimawandel* (зміна клімату) - climate change «... wo der Klimawandel für immer weniger Regen oder für versalzenen

Boden sorgt»; *der Fußballplatz* (футбольне поле) - англ. football field «Heftige Reaktionen auf dem Fußballplatz».

3. Прямі запозичення: *die Lady* «Seehofer hatte zu Recht abgesagt, weil da eine Lady auftreten sollte», *der/das Event* (подія) «Events wie das Open-Air-Kino oder Beachvolleyballturniere».

II. За функціями були виявлені англізми:

1. Вираження прагматичних цінностей: *top* (один з найкращих) «Gleich der Premierenjahrgang kam als erster Rosé nach 37 Jahren in die weltweiten Top 100 des Wine Spectator».

2. Вираження комунікативних цінностей: Okay, Cool ! Wow! Super! Fantastic!

3. Привернення уваги адресата: *Fake News* (фальшиві новини) «Eine Zusage war das nicht, aber auch kein Fall von Fake News» «gegen Fake News vorzugehen».

4. Передача локального, соціального або наукового колориту: *Die Abschlussparty* (вечірка на випускний); *der Teenager* «Da springen Teenager vom Dreimeterbrett»);

У журналі № 50 від 08.12.2023 було виявлено 52 англізми. У цьому виданні було виявлено англізми в ІТ і технологіях, рекламі, але не було їх в політиці.

I. За формою виявлено англізми:

1. Адаптовані запозичення: *exportieren* (експортувати) - англ. to export «Dann soll Iran kein Öl mehr exportieren können, die USA wollen die Lebensader der iranischen Wirtschaft kappen».

2. Складні слова, мішані утворення: *die Touristenzahl* (кількість туристів) - англ. tourists і нім. die Zahl «mit steigender Touristenzahl»; *der Exporterfolg* (успіх від експорту) - англ. export і нім. der Erfolg «Noch kaschieren die Exporterfolge deutscher Unternehmen die Probleme»; *der Touristenstrom* (туристичний потік) - англ. tourists і

нім. der Strom «Diskutiert wird, wie die Touristenströme so gelenkt werden können».

II. За функціями англізми:

1. Вираження прагматичних цінностей: *der Trend* «Der Trend zu besserer, billigerer und auch zivil nutzbarer Roboterrechnik hat eine unerwünschte___Nebenwirkung»; *der Immobilienboom* «Der Immobilienboom ermöglicht es Baufirmen, Handwerkern oder Eigentümern von Grundstücken».

2. Номінативна функція: *das Cover*, *exportieren*, *dopen*, *die Talkshow*, *das Foto*, *die Globalisierung*, *die Website*, *das Pub*, *das Display*, *der Sport*.

3. Привернення уваги адресата: *der Tourismusboom* (туристичний бум) – *tourism boom* «die mächtigen Treiber des aktuellen Tourismusbooms».

У журналі № 51 від 15.12.2023 було виявлено 70 англі-змів.

У виданні виявлено англізми в суспільно-економічній, соціальній сферах та ІТ і технологіях.

I. За формою виявлено англізми:

1. Прямі запозичення: *good corporate citizen* (соціально орієнтований банк) «Aber Manager und Unternehmer sind als “good corporate citizen” nicht nur dem Firmeninteresse, sondern auch dem Gemeinwohl verpflichtet»; *das Know-how* (секрет виробництва) «die türkische Führung auf deutsches Knowhow»; «verordnete den Bayern Laptop zur Lederhose».

2. Адаптовані запозичення: «*das Foto*» --англ. *photo* «an zu gewalttätigen Fotos von Soldaten, die Kinder abführen» «An der Wand hängt das Foto ihres verstosbenen Vaters.»; *trainieren* (тренуватись - англ. *to* «Wie trainierten Sie Ihre KI?»); *die Schocktherapie* (шокова терапія) - англ. *shock therapy* «angewandte Schocktherapie».

3.Складні слова, мішані утворення: der Computerlehrgang (курс комп'ютерного навчання) - англ. computer і нім. der Lehrgang «an einem Computerlehrgang»; англ. online і нім. das Rollenspiel «Er spielte "Asheron's Call", ein Onlinerollenspiel».

II.За функціями англізми :

1. Слова, які надають ефект новизни: das Softwareupdate (вдосконалення програмного забезпечення) «Softwareupdates durchzuführen»; der New Feed (новий канал в Інтернеті) «Auf dem New Feed bei Facebook erscheint ein seriöser Artikel».

2. Передача локального, соціального або наукового колориту: Bully (хуліган, бандит) «Er sei ein Bully, der mit Ellenbogen arbeite»; der Hippie (хіпі) «Sie sei "kein Hippie", aber es mache sie wütend».

3. Вираження прагматичних цінностей: crazy town (скажене місто) «Wir sind in Crazy-town»; das Highlight (яскравий момент) «Mein erstes großes Highlight war eine Schale Heidelbeeren, als ich erstmals wieder selbstständig essen durfte.».

4. Вираження комунікативних цінностей: good corporate citizen (соціально-орієнтований бізнес) «Aber Manager und Unternehmer sind als "good corporate citizen" nicht nur dem Firmeninteresse, sondern auch dem Gemeinwohl verpflichtet»; der Hotspot (гаряча точка) «Hier, weit weg von Berlin und Frankfurt, den deutschen Hotspots der Krise, hat der 46-Jährige seinen Wahlkreis».

5. Привернення уваги : das Comeback (повернення) «Jetzt also das Comeback, am Samstag, genau zehn Jahre nach der Lehman-Pleite»; Fake News (фальшиві новини) «In Zeiten von Fake News und Hate Speech reicht es nicht mehr, zu sagen».

У журналі № 52 від 22.12.2023 було виявлено 65 англізмів. Виявлено англізми в сфері мас-медіа, рекламі, товарах і послугах, політиці.

I. За формою англiзми:

1. Складні слова, мішані утворення: *der Niedriglohnjob* (низькооплачувана робота) - англ. job і нім. der Niedriglohn «Ein Land, in dem Kinder ein Armutrisiko sind und viele Frauen in Niedriglohnjobs abgedrängt werden, ist nicht modern; *das Doppelinterview* (подвійне інтерв'ю) - англ. double interview «Allerdings konnte das Doppelinterview nie gedruckt werden».

2. Кальковані слова: *Soziale Netzwerke* (соціальні мережі) - англ. social networks «Sie äußern sich in den sozialen Netzwerken».

II. За функціями англiзми :

1. Вираження прагматичних цінностей: *Wonder Woman* (чудо-жінка) «das Logo der Comicfigur Wonder Woman tätowieren lassen».

2. Вираження комунікативних цінностей: *cool* (крутий) «Aber das heißt dann nicht schlampig, sondern cool».

3. Номінативна функція: *das Foto, das Smartphone, das Tennis, der Rap*.

4. Привернення уваги читача: **The future belongs to women !* (Майбутнє належить жінками!); *die Babyboomer-Generation* (покоління бeбi-бумерiв) **das sie es in Bezug auf ihre Karriere leichter haben werden als meine Babyboomer**.

Отже, в даному розділі зроблено аналіз використання англiзмiв у сучасному нiмецькому медiапросторi (на матерiалi текстiв нiмецького видання *Der Spiegel*) та визначено особливостi медiйного дискурсу на нiмецькiй мовi, запропонована лексико- тематична характеристика англiзмiв та описанi їх функцiї.

ВИСНОВКИ

Результати даного теоретичного та практичного дослідження засвідчили досягнення мети, вирішення поставлених завдань і стали підставою для формулювання наступних висновків.

Під час теоретичного дослідження було розглянуто англізми і таке мовне явище як «денгліш» та його види.

1. Під час обробки наукової літератури, нами узагальнені сучасні підходи науковців до визначення понять «англізм».

Таким чином, англізм – це вид запозичення, а саме це - слово з його значенням, або вислів, які мають статус запозиченості з англійської мови або перекладені з неї, чи утворені за її специфічними мовними правилами. Лексичний пласт сучасної німецької мови швидко озширяються завдяки використанню англійських запозичень. Перебуваючи під впливом, словниковий склад сучасної німецької мови характеризується як самим процесом мовної глобалізації сучасного світового суспільства, так і самою англійською мовою, яка має статус міжнародної та оказує значний вплив на всі мови світу.

2. Проаналізовані особливості інтеграції англізмів у німецьку мову. Доказано, що англійські запозичення у німецькій мові характеризуються мовним процесом дискурсу, який відрізняється економією мовних засобів і точністю слововживання. Запозичені

англіцизми неоднозначно впливають на розвиток німецької мови і відповідно з цим з'явилося таке мовне явище як «денгліш» - це комбінація 2 слів з англійської та німецької мов.

3. Визначені мовні особливості сучасного дискурсу та медіадискурсу (на матеріалі журналу Der Spiegel)

Дискурс розглянуто як зв'язний текст, з екстралінгвістичними характеристиками . Він представляє собою поєднання лінгвального та позалінгвального. Дискурс є комунікативною діяльністю, що залежить від взаємодії мовця та слухача.

Додаємо, що дискурс - це текст, контент якого містить роздуми, у формі друкованого тексту, у якому відображені певні ідеї. А також , дискурс можна охарактеризувати як комунікативний феномен , в якому слова є значущими рефлексіями, представленими іншим у формі текстів і відіграють єдину роль як об'єктивно, так і суб'єктивно.

Медіадискурс - це зв'язний текст медіа простору, пов'язаний з екстралінгвістичними (прагматичними, психологічними та соціокультурними) факторами. Він представляє собою поєднання лінгвального та позалінгвального. Дискурс є комунікативною діяльністю, що залежить від взаємодії мовця та слухача.

4. Запропонована кваліфікацію англізмів, в якій вони були розглянуті з точки зору їх функцій. Виявлено, що більшість англізмів запозичено з номінативної функції, які заповнюють прогалини в мові, для економії мовних засобів (der Hit, der Trip, der Job), для вираження прагматичних цінностей - експресивності (mega happy, Wonder Woman), для надання ефекту новизни (das Digital-Upgrade, das Start-up-Geschäft). У кваліфікаційній роботі проаналізовано вживання англізмів в 10 випусках журналу «Der Spiegel» за 2023 рік, з'ясовано класифікацію англізмів у

представлених текстах, їх роль в німецькому медійному дискурсі. Тематика розгляду текстів була різноманітна (комп'ютерна техніка, політика, подорожі, хобі, природа, спорт, автомобілі). Англізми було класифіковано за формою та функціями. Максимальну кількість англізмів за формою було виявлено у прямих запозиченнях (der Trader, das Tennis, der Container), які прийшли в німецьку мову під своїм незмінним виглядом і підлаштувалися під граматичну систему німецької мови, але більша частина є і адаптованих англізмів (das Foto, stoppen, googeln), перебудованих під систему німецької мови, і складних слів, змішаних утворень (die Onlinewelt, die Tennishalle), які складаються з англійських та німецьких частин слів. Також, під час практичного дослідження було виявлено кальковані слова, але в незначній кількості. У випусках журналу велика кількість слів, які закривають прогалини в мові, особливо це стосується інформаційних технологій.

Список використаних джерел

1. Аналіз граматичних особливостей української та англійської мов. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2015/аналіз-граматичних-особливостей-укр/>
2. Бессонова О. Л. Порівняльний опис гендерних концептів у структурі ціннісної картини світу в англійській та українській мовах // Вісник Сумського державного університету. – № 4. – Суми : Вид-во СумДУ, 2002. – С. 17–23.
3. Жуковська Г., Левченко К., Остапенко О., Сулова О. Гендерна політика в нормативно-правових документах : [наук.-інформ. вид.] ; за заг. ред. К. Б. Левченко. – Київ, 2020. – 186 с.
4. Клецова О. Є. Мовлення чоловіків і жінок у соціолінгвістичному аспекті // Лінгвістика: зб. наук. праць ЛНУ ім. Тараса Шевченка. – № 3 (24). – Ч.2. – Луганськ, 2011. – С. 126–130.
5. Котвицька В. А. Ад'єктивні та адвербіальні англіцизми в німецькомовному газетно-журнальному // Науковий потенціал та перспективи розвитку філологічних наук: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Київ, 2017. – С. 81–84.
6. Котвицька В. А. Англіцизми в сучасній німецькій мові: розширення та звуження значень // Формула компетентності

перекладача: матеріали IV Міжнародної науково-методичної конференції, 27 березня 2013 р. – Київ : НТУУ «КПІ», 2013. – С. 133-134.

7. Котвицька В. А. Щодо питання про структуру контекстів уживання англіцизмів у сучасній німецькій мові // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. – 2015. – Вип. 17(2). – С. 37–39.
8. Кривий А. Дискурсний аналіз і сучасне мовознавство. – Львів : Вид-во Львівського Національного університету імені Івана Франка, 2001. – С. 158–162.
9. Лутай Н. В. Письмові навички при вивченні англійської мови як іноземної: Теоретичні перспективи // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. – 2015. – Вип. 53. – С. 300-303.
10. Лутай Н. В. Творчі завдання на заняттях з вивчення англійської мови // Міжкультурна комунікація: мова – культура – особистість: матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. – 2016. – Вип. 62. – С. 203-206.
11. Мірошніченко І. Г. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу // Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф., Вінниця, 12–13.10.2016. – Вінниця, 2016. – С. 227–231.
12. Момот М.В. Функціонування англійських запозичень в сучасній німецькій мові // Перекладацькі інновації: матеріали VIII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 15-16 березня 2018 р.; Редкол.: С.О.

- Швачко, І.К. Кобякова, О.О. Жулавська та ін. – Суми : СумДУ, 2018. – С. 43–46.
13. Ніколащенко Ю. Англомовні запозичення в слензі німецької молоді // Молодий вчений. – 2018. – № 5 (57). – С. 494–496.
 14. Павличко С. Фемінізм / Передм. В. Агєєвої. – Київ : Основи, 2002. – 322 с.
 15. Падалка Р. М., Ратушна О. І. Використання англіцизмів у німецькій мові (на матеріалі німецьких молодіжних журналів) // Духовність особистості: методологія, теорія і практика. – 2016. – Вип. 4(73). – С. 129–136.
 16. Петренко О., Ісаєв Е., Петренко Д. Мова чоловіків і жінок як одиниця соціолінгвістичного дослідження // Мовознавство. – 1999. – №1. – С. 64–70.
 17. Плєсконос Р. А. Функціонування англіцизмів в текстах німецькомовного публіцистичного дискурсу (в перекладацькому аспекті): магістерська дис.: 035 Філологія / Плєсконос Ростислав Анатолійович. – Київ, 2018. – 80 с.
 18. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: підручник. – Черкаси : Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. – 350 с.
 19. Шевченко І. С. Когнітивно-комунікативна парадигма і аналіз дискурсу // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. – Харків : Константа, 2005. – С. 9–20.
 20. Busse U. Drinks und Dinks. Correctness auf gut Deutsch / Ulrich Busse. – Köln: DuMont, 1995. – S. 140–148.
 21. Cambridge Advanced Learner's Dictionary [Електронний ресурс] – URL: <http://dictionary.cambridge.org>

22. Carstensen B. Lexikalische Scheinentlehnungen des Deutschen aus dem Englischen // Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft. – München: Fink, 2000. – S. 175–182.
23. Crystal D. A Dictionary of Linguistics and Phonetics. – Oxford : Blackwell Publishing Ltd., 2003. – 508 p.
24. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of English Language. 2nd ed. Cambridge : CUP, 2003. – 491 p.
25. Der Duden in 12 Bänden. Das Standardwerk zur deutschen Sprache. In 12. т. Т. 5. DUDEN. Fremdwörterbuch. Mannheim; Leipzig; Zurich : Dudenverlag, 2000. – 832 s.
26. «Der Spiegel» [Zeitschrift]. – Hamburg: Spiegel-Verlag. – 2023. – № 44. – S. 130.
27. «Der Spiegel» [Zeitschrift]. – Hamburg: Spiegel-Verlag. – 2023. – № 45. – S. 128.
28. «Der Spiegel» [Zeitschrift]. – Hamburg: Spiegel-Verlag. – 2023. – № 52. – S. 141.
29. «Der Spiegel» [Zeitschrift]. – Hamburg: Spiegel-Verlag. – 2023. – № 50. – S. 118.
30. «Der Spiegel» [Zeitschrift]. – Hamburg: Spiegel-Verlag. – 2023. – № 46. – S. 124.
31. «Der Spiegel» [Zeitschrift]. – Hamburg: Spiegel-Verlag. – 2023. – № 51. – S. 138.
32. «Der Spiegel» [Zeitschrift]. – Hamburg: Spiegel-Verlag. – 2023. – № 49. – S. 112.
33. «Der Spiegel» [Zeitschrift]. – Hamburg: Spiegel-Verlag. – 2023. – № 47. – S. 139.
34. Dewald R. Anglizismen in der deutschen Sprache. – Saarbrücken : VDS Verlag Dr. Müller, 2008. – 132 S.
35. Doepfner K. Anglizismen in der deutsche Sprache. – Norderstedt : GRIN Verlag, 2007. – 68 S.

36. Duden [Электронный ресурс] – URL: www.duden.de
37. Gottlieb H. Anglicisms and Translation. – Clevedon : Multilingual Matters Ltd., 2005 – P. 161-184.
38. Görlach M. A Dictionary of European Anglicisms. – Oxford : Oxford University Press, 2005. – 378 p.
39. Onysko A. Anglicisms in German: borrowing, lexical productivity, and written codeswitching. – Berlin: De Gruyter, 2007. – 392 p.
40. Oxford Dictionaries [Электронный ресурс] – URL: <http://www.oxforddictionaries.com/>
41. Psotta M. Nur keine langfristigen Mietverträge // Frankfurter Allgemeine Zeitung. – 6.01.2014. – URL: <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/mechthild-schick-macht-sichselbstaendig/mechthild-schick-macht-sich-selbstaendig-3-nur-keinelangfristigen-mietvertraege-12732094.html>
42. Yang W. Anglizismen in Deutschen. Am Beispiel des Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL. – Tübingen : Max Niemeyer Verlag. 2000. – 237 s.